

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 29.02.2024 17:37:18
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9d2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Индустрия делового и событийного туризма»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.ДВ.01.02 Стратегический анализ деятельности предприятия делового и
событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event
tourism enterprise
(код и наименование РПД)

43.04.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы
«Индустрия делового и событийного туризма»

Морозова М.А.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:
доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

РПД Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

В новой редакции Протокол от «30» августа 2022 г. №1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	10
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	19
6. Методические материалы по освоению дисциплины	22
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	27
7.1. Основная литература	27
7.2. Дополнительная литература	27
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	28
7.4. Интернет-ресурсы	29
7.5. Иные источники	29
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	29

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2	Способен разрабатывать стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивать их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.
ПКс-5	Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	ПКс-5.3	Способен формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-1.2	на уровне знаний: особенности научного познания; общенаучные методологические подходы, аналитические и синтетические методы исследования.
		на уровне умений: мыслить абстрактно, моделировать направления стратегического развития организации; применять аналитические и синтетические методы в стратегическом управлении организацией.
		на уровне навыков: способностью к абстрактному мышлению; навыками применения аналитических и синтетических методов для стратегического управления организацией.
ОТФ.Д. Стратегическое управление выставочной	ПКс-5.3	на уровне знаний: методы анализа и оценки

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ Д/01.7 Управление реализацией стратегии развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок		эффективности использования ресурсов предприятия; нормативно-правовую базу регулирования деятельности предприятия; основные показатели стратегического анализа деятельности предприятия; теории и модели стратегического управления; порядок разработки и осуществления корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений.
ОТФ.Д. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ Д/02.7 Утверждение стратегических и годовых планов развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, управление их реализацией		на уровне умений: применять методики расчета, анализа и планирования показателей стратегического анализа в практической деятельности предприятия; ориентироваться в вопросах формирования стратегии деятельности предприятия, основанной на комплексном стратегическом анализе; применять статистические методы обработки данных; применять законодательную базу, нормативные документы, регулирующие деятельность предприятия; теории и модели стратегического управления; порядок разработки и осуществления корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений; разрабатывать и осуществлять корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений.
ОТФ.Д. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ Д/03.7 Представление интересов организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях		на уровне навыков: методами проведения комплексного стратегического анализа; навыками работы с действующими федеральными законами и нормативными документами, регулирующими деятельность предприятия, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности предприятия; навыками применения теорий и моделей стратегического управления к разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений; навыками разработки и реализации корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов / 108 астр. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очная/заочная
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа	58/18
Лекции	20/4
Практические занятия	36/12
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	86/122
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Р – реферат, ПР – письменная работа, Т – тестирование
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 43.04.02 «Туризм» профиль «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью освоения дисциплины является овладение навыками и умениями проведения стратегического анализа предприятия делового и событийного туризма.

Задачи курса:

- изучить важнейшие составляющие стратегического анализа на предприятиях;
- сформировать умение расчета и анализа показателей, составляющих информационную базу стратегического анализа;
- овладеть основными методами проведения стратегического анализа ресурсов и возможностей предприятия.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 2 семестре 1 курса. Для студентов заочной формы обучения - в течение 2 и 3 курсов.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема // Topic 1	Сущность и методы стратегического анализа // Essence and methods of strategic analysis	35	5		9		21	ПР, Т, Р
Тема // Topic 2	Исследование отраслевой принадлежности, внутренней и конкурентной среды предприятия. // Research of industry affiliation, internal and competitive environment of the enterprise	35	5		9		21	ПР, Т, Р
Тема // Topic 3	Анализ макросреды предприятия // Analysis of the enterprise macro environment	36	5		9		22	ПР, Т, Р
Тема // Topic 4	Методы разработки стратегических альтернатив развития предприятий делового и событийного туризма. // Methods for developing strategic alternatives for the development of business and event tourism enterprises	36	5		9		22	ПР, Т, Р
Промежуточная аттестация			Консультации – 2/1,5					Зачет с оценкой
Всего (акад/астр):		144/108	20/12		36/27		86/64,5	

Примечание: * Р – реферат, ПР – письменная работа, Т – тестирование

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		

								аттестации
Тема // Topic 1	Сущность и методы стратегического анализа // Essence and methods of strategic analysis	22	2		2		18	ПР, Т, Р
Тема // Topic 2	Исследование отраслевой принадлежности, внутренней и конкурентной среды предприятия. // Research of industry affiliation, internal and competitive environment of the enterprise	44	2		2		40	ПР, Т, Р
Тема // Topic 3	Анализ макросреды предприятия // Analysis of the enterprise macro environment	36	-		4		32	ПР, Т, Р
Тема // Topic 4	Методы разработки стратегических альтернатив развития предприятий делового и событийного туризма. // Methods for developing strategic alternatives for the development of business and event tourism enterprises	36	-		4		32	ПР, Т, Р
Промежуточная аттестация		4/3	Консультации – 2/1,5					Зачет с оценкой
Всего (акад/астр):		144	4		12	2	122	

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и методы стратегического анализа.

Актуальность стратегического анализа в современных условиях. Теоретические основы стратегического анализа. Основные этапы стратегического анализа. Различные подходы к определению стратегического анализа. Классификация методов и приемов стратегического анализа.

Тема 2. Исследование отраслевой принадлежности, внутренней и конкурентной среды предприятия.

Исследование отраслевой отрасли предприятия, ее размера, внутренней среды предприятия, конкурентоспособности, анализ миссии, целей и стратегических направлений деятельности предприятия и основных условий стратегического осуществления экономической деятельности в условиях фактора неопределенности.

Тема 3. Анализ макросреды предприятия

Анализ внешних факторов функционирования предприятий. PEST-анализ как инструмент маркетинга, предназначенный для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, влияющих на деятельность компании. Схема «факторное предприятие». Матрица PEST-анализа и ее построение. Факторы макросреды и сила их влияния оцениваются в баллах, рангах и других единицах измерения. Матрица карты конкурентного рынка, определение конкурентных позиций исследуемого объекта и его основных конкурентов на рынке услуг.

Тема 4. Методы разработки стратегических альтернатив развития предприятий делового и событийного туризма.

Формирование матриц оценки факторов: оценка влияния внешних факторов на деятельность предприятия; матрица оценки внутренних факторов; сводная матрица внешних и внутренних факторов. Матрица БЦЖ. Маркетинговый комплекс. SWOT-анализ в долгосрочной программе развития предприятия. Методология проведения SWOT-анализа и его основные положения и принципы. Правила проведения SWOT-анализа как оценки ситуации на рынке для выявления возможностей и путей движения в выбранном направлении. Этапы SWOT-анализа. Выбор стратегии. Оценка разработанной стратегии

Topic 1. Essence and methods of strategic analysis

The relevance of strategic analysis in modern conditions. Theoretical foundations of strategic analysis. The main stages of strategic analysis. Different approaches to the definition of strategic analysis. Classification of methods and techniques of strategic analysis.

Topic 2. Research of industry affiliation, internal and competitive environment of the enterprise

Study of the industry sector of the enterprise, its size, the internal environment of the enterprise, competitiveness, analysis of the mission, goals and strategic areas of the enterprise's business and the main conditions for the strategic implementation of economic activity under the uncertainty factor.

Topic 3. Analysis of the macro environment of the enterprise

Analysis of external factors of enterprises functioning. PEST-analysis as a marketing tool designed to identify the political, economic, social and technological aspects of the external environment that affect the company's business. Scheme "factor enterprise". PEST-analysis matrix and its construction. Factors of the macro environment and the strength of their influence, assessed in points, ranks and other units of measurement. Matrix of a competitive market map, determination of the competitive positions of the object under study and its main competitors in the service market.

Topic 4. Methods for developing strategic alternatives for the development of business and event tourism enterprises

Formation of matrices for assessing factors: assessing the impact of external factors on the activities of the enterprise; matrix for assessing internal factors; summary matrix of external and internal factors. BCG matrix. Marketing Complex. SWOT-analysis in the long-term program of enterprise development. Methodology for conducting a SWOT analysis and its main provisions and principles. The rules for conducting a SWOT analysis as an assessment of the market situation to identify opportunities and ways to move in the chosen direction. Stages of SWOT-analysis. Choice of strategy. Evaluation of the developed strategy

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекционный метод (лекция-беседа), устный опрос.

при проведении занятий семинарского типа: написание письменных работ, написание реферата, тестирование.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы; домашние задания, которые включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины; подготовка к семинарским занятиям; подготовка к экзамену.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме №1-4

Перечень тем для рефератов

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. Исследование отраслевой принадлежности предприятия.
2. Исследование внутренней среды предприятия
3. Исследование конкурентной среды предприятия.
4. Применение методов стратегического анализа в сравнении целей развития, намеченных компанией, с реальными возможностями, предлагаемыми внешней средой.
5. Применение методологии анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия при оценке текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон;
6. PEST-анализ отдельного туристического предприятия
7. Анализ внутренней среды предприятия как инструмент его позиционирования на отраслевом рынке города.
8. Разработка миссии, целей гостиницы и анализ стратегических направлений деятельности предприятия.
9. Метод стратегической диагностики конкурентоспособности гостиничного предприятия. фермы
10. Опрос потребителей как инструмент мониторинга микросреды и формирования стратегической базы данных
11. Методика построения карты конкурентного рынка как инструмент стратегического анализа отдельного туристического предприятия.
12. Матрица факторной оценки как метод стратегического анализа отдельного предприятия РГБ
13. Оценка эффективности функционирования предприятия в сравнении со среднеотраслевыми значениями.

1. Research of industry affiliation of the enterprise

2. Research of the internal environment of the enterprise
3. Research of the competitive environment of the enterprise
4. Application of strategic analysis methods in comparison of the development targets outlined by the company with the real opportunities offered by the environment
5. Application of a methodology for analyzing internal resources and capabilities of an enterprise in assessing the current state of the business, its strengths and weaknesses;
6. PEST analysis of an individual tourism enterprise
7. Analysis of the internal environment of the enterprise as a tool for its positioning in the industry market of the city
8. Development of the mission, goals of the hotel and analysis of the strategic business areas of the enterprise
9. The method of strategic diagnosis of the competitiveness of a hotel enterprise farms
10. Questioning of consumers as a tool for monitoring the microenvironment and forming a strategic database
11. The method of constructing a competitive market map as a tool for strategic analysis of a separate tourism enterprise
12. Factor assessment matrix as a method of strategic analysis of an individual enterprise RSL
13. Evaluation of the effectiveness of the functioning of the enterprise in comparison with the industry average values

Типовые оценочные материалы по теме №1-4

Типовые задания для тестирования

Составьте список ответов на вопросы теста, выполняя задания, сформулированные в каждом вопросе теста.

Тест №1

1. Что является важнейшей концепцией стратегического управления, означает такое определение:

«Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем»:

- 1) стратегический анализ;
- 2) PEST-анализ;
- 3) управленческий анализ;
- 4) SWOT-анализ?

2. Какое структурное подразделение (служба) в организации должно осуществлять управленческий анализ:

- 1) маркетинговая служба;
- 2) планово-экономический отдел;
- 3) финансовый отдел или бухгалтерия;
- 4) служба внутреннего аудита?

3. Какое утверждение, по вашему мнению, неверно: «Нематериальные ресурсы – это, как правило, качественные характеристики предприятия, к которым относятся:

- 1) наличные;

- 2) товарный знак, ноу-хау;
- 3) престиж, имидж предприятия;
- 4) квалификация персонала, опыт, компетентность»?

4. Какое важнейшее понятие стратегического управления характеризует это определение:

«Совокупность имеющихся ресурсов (материальных и нематериальных) возможностей (возможностей) для разработки и реализации стратегии предприятия»:

- 1) ресурсный потенциал;
- 2) конкурентные преимущества;
- 3) стратегический потенциал;
- 4) инновационный потенциал?

5. Какое утверждение вы считаете неверным:

«Необходимость управленческого анализа определяется следующими ситуациями:

- 1) при разработке стратегии развития предприятия (организации) и в целом для осуществления эффективного управления, поскольку это важный этап цикла управления;
- 2) оценить привлекательность предприятия (организации) с точки зрения внешнего инвестора, определить положение предприятия в национальных и иных рейтингах;
- 3) выявить резервы и возможности предприятия (организации), определить направления адаптации внутренних возможностей предприятия к изменениям условий Внешняя среда;
- 4) для подготовки информации для налоговых органов, органов власти и самоуправления, а также банкам и другим финансово-кредитным учреждениям»?

6. Какой метод не относится к методам управленческого анализа:

- 1) ситуационный анализ;
- 2) анализ портфеля;
- 3) метод экстраполяции;
- 4) мнения экспертов?

7. Какая характеристика не отражает качество персонала, характеризующее стратегический потенциал организации:

- 1) половозрастной состав работников;
- 2) отношение к переменам;
- 3) профессиональная квалификация и мастерство;
- 4) способность решать задачи, связанные со стратегической деятельностью?

8. Какое понятие стратегического управления подразумевает данное определение:

«Описание картины будущего, состоящее из согласованных, логически связанных между собой событий и последовательности шагов, ведущих с определенной вероятностью к прогнозируемому конечному состоянию (образу организации в будущем)»:

- 1) прогноз;
- 2) сценарий;
- 3) проблема;

4) тенденция?

9. Какое положение не распространяется на этапы скриптования в стратегическом управлении:

1) структурирование

) структурирование и формулировка вопроса;

2) установление индикаторов будущего развития критических факторов окружающей среды предприятия;

3) анализ сильных и слабых сторон предприятия;

4) генерирование и выбор непротиворечивых наборов предположений?

10. Какое утверждение вы считаете неверным:

«Портфельный анализ предназначен для решения следующих задач:

1) для распределения человеческих и финансовых ресурсов между подразделениями;

2) анализ баланса портфеля;

3) выявление возможностей и угроз, возникающих для предприятия во внешней среде;

4) постановка исполнительских задач»?

Test №1

one. What is the most important concept of strategic management means this definition:

“The process of a comprehensive analysis of the internal resources and capabilities of an enterprise, aimed at assessing the current state of the business, its strengths and weaknesses, identification of strategic problems”:

1) strategic analysis;

2) PEST analysis;

3) managerial analysis;

4) SWOT analysis?

2. Which structural unit (service) in the organization should carry out management analysis:

1) marketing service;

2) planning and economic department;

3) financial department or accounting department;

4) internal audit service?

3. Which statement, in your opinion, is incorrect: “Intangible resources are, as a rule, the qualitative characteristics of an enterprise, which include:

1) cash;

2) trademark, know-how;

3) prestige, image of the enterprise;

4) personnel qualification, experience, competence”?

4. What is the most important concept of strategic management characterizes this definition:

"The totality of available resources (tangible and intangible) opportunities (capabilities) for the development and implementation of an enterprise strategy":

1) resource potential;

2) competitive advantages;

3) strategic potential;

4) innovative potential?

5. Which statement do you think is incorrect:

“The need for management analysis is determined by the following situations:

- 1) when developing an enterprise (organization) development strategy and in general for the implementation of effective management, since it is an important stage in the management cycle;
- 2) to assess the attractiveness of an enterprise (organization) from the point of view of an external investor, to determine the position of an enterprise in national and other ratings;
- 3) to identify the reserves and capabilities of the enterprise (organization), determine directions of adaptation of the internal capabilities of the enterprise to changes in conditions external environment;
- 4) to prepare information for tax authorities, authorities and self-government, as well as to banks and other financial and credit institutions”?

6. Which method does not apply to the methods of management analysis:

- 1) situational analysis;
- 2) portfolio analysis;
- 3) extrapolation method;
- 4) expert opinions?

7. What characteristic does not reflect the quality of the personnel, characterizing the strategic potential of the organization:

- 1) age and sex composition of employees;
- 2) attitude to change;
- 3) professional qualification and skill;
- 4) the ability to solve problems related to strategic activities?

8. What concept of strategic management means this definition:

"Description of the picture of the future, consisting of coordinated, logically interconnected events and a sequence of steps leading with a certain probability to the predicted final state (image of the organization in the future)":

- 1) forecast;
- 2) script;
- 3) problem;
- 4) trend?

9. Which provision does not apply to the stages of scripting in strategic management:

- 1) structuring

) structuring and wording of the question;

- 2) setting indicators for the future development of critical environmental factors enterprises;
- 3) analysis of the strengths and weaknesses of the enterprise;
- 4) generating and selecting consistent sets of assumptions?

10. Which statement do you think is incorrect:

“Portfolio analysis is designed to address the following issues:

- 1) for the distribution of human and financial resources between business units;

- 2) portfolio balance analysis;
- 3) identifying opportunities and threats that arise for the enterprise in the external environment;
- 4) establishing executive tasks”?

Тест №2

1. К какому типу анализа стратегического управления относится данное определение: «Инструмент для исторически сложившегося четырехэлементного стратегического анализа внешней среды. Анализ каждого из выделенных аспектов проводится систематически, так как в жизни все эти аспекты тесно и сложно связаны между собой»:

- 1) стратегический анализ;
- 2) PEST-анализ;
- 3) SWOT-анализ;
- 4) анализ портфеля?

2. Какое утверждение, по вашему мнению, неверно: «При анализе экономических факторов учитывайте:

- 1) темпы инфляции (дефляции);
- 2) ставка налога;
- 3) кредитная политика местных органов власти;
- 4) изменения курса национальной валюты?

3. Какой метод не используется при анализе факторов политической среды:

- 1) исторический метод;
- 2) сравнительный метод;
- 3) экспериментальные методы;
- 4) ситуационный метод?

4. Какое положение не характеризует основные показатели отраслевого анализа:

- 1) фактический и потенциальный размер отрасли;
- 2) структура и объем конкурса;
- 3) структура затрат отрасли;
- 4) специфика отрасли?

5. Какое понятие стратегического управления подразумевает данное определение:

«Многие конкурирующие фирмы в конкретной отрасли имеют общие черты. Такими особенностями могут быть схожие конкурентные стратегии, схожие позиции на рынке, схожие продукты, каналы сбыта, услуги и другие элементы маркетинга»:

- 1) монополия;
- 2) олигополия;
- 3) стратегическая группа конкурентов;
- 4) структура и масштаб конкуренции?

6. Какое положение не характеризует основные направления изучения потребительского поведения:

- 1) отношение к самой компании;
- 2) уровень образования потребителей;
- 3) уровень удовлетворения запросов (ожиданий) потребителей;
- 4) принятие решения о покупке?

7. Какое утверждение вы считаете неверным:

«Анализ факторов внешней технологической среды должен учитывать изменения:

- 1) в технологии производства;
- 2) в управлении;
- 3) в авторском праве;
- 4) в государственной политике в области научно-технического прогресса)?

8. Какие характеристики не включаются в стратегическое управление рыночными (маркетинговыми) факторами:

- 1) изменение демографических условий;
- 2) уровень доходов населения и их распределение;
- 3) структура затрат отрасли;
- 4) Защищен ли рынок государством?

9. Какое понимание стратегического управления означает это определение:

«Управляемые переменные, общие для всех предприятий отрасли, реализация которых позволяет улучшить конкурентное положение предприятия в отрасли»:

- 1) структура и объем конкурса;
- 2) структура затрат отрасли;
- 3) тенденции развития отрасли;
- 4) ключевые факторы успеха?

10. Каким критерием подхода к сегментации не следует руководствоваться:

- 1) сложность (простота) выделения этого сегмента;
- 2) значимость сегмента для предприятия;
- 3) доступность развития сегмента для предприятия;
- 4) возможная эффективность работы в этом сегменте в будущем?

Test №2

1. What type of analysis of strategic management means this definition:

“A tool for the historically established four-element strategic analysis of the external environment. The analysis of each of the selected aspects is carried out systematically, since in life all these aspects are interconnected in a close and complex way”:

- 1) strategic analysis;
- 2) PEST analysis;
- 3) SWOT analysis;
- 4) portfolio analysis?

2. Which statement, in your opinion, is incorrect: “When analyzing economic factors, consider:

- 1) inflation (deflation) rates;
- 2) tax rate;
- 3) credit policy of local authorities;
- 4) changes in the exchange rate of the national currency?

3. Which method is not used in the analysis of political environment factors:

- 1) historical method;
- 2) comparative method;
- 3) experimental methods;
- 4) situational method?

4. Which provision does not characterize the main indicators of the industry analysis:

- 1) the actual and potential size of the industry;
- 2) the structure and scope of competition;

- 3) the structure of industry costs;
- 4) the specifics of the industry?
5. What concept of strategic management means this definition:
 “Many competing firms in a particular industry have common features. Such features can be similar competitive strategies, similar market positions, similar products, distribution channels, service and other elements of marketing”:

 - 1) monopoly;
 - 2) oligopoly;
 - 3) strategic group of competitors;
 - 4) structure and scope of competition?

6. Which provision does not characterize the main areas of study of consumer behavior:

 - 1) attitude towards the company itself;
 - 2) the level of education of consumers;
 - 3) the level of satisfaction of requests (expectations) of consumers;
 - 4) making purchasing decisions?

7. Which statement do you think is incorrect:
 “The analysis of the factors of the external technological environment should take into account changes in:

 - 1) in production technology;
 - 2) in management;
 - 3) in copyright law;
 - 4) in the state policy in the field of scientific and technological progress”?

8. What characteristics are not included in strategic management in market (marketing) factors:

 - 1) changing demographic conditions;
 - 2) the level of incomes of the population and their distribution;
 - 3) the structure of industry costs;
 - 4) Is the market protected by the government?

- nine. What understanding of strategic management means this definition:
 “Controlled variables common to all enterprises in the industry, the implementation of which makes it possible to improve the competitive position of an enterprise in the industry”:

 - 1) the structure and scope of competition;
 - 2) the structure of industry costs;
 - 3) industry development trends;
 - 4) key success factors?

10. What criterion of approach to segmentation should not be guided by:

 - 1) complexity (simplicity) of allocation of this segment;
 - 2) the importance of the segment for the enterprise;
 - 3) availability of development of the segment for the enterprise;
 - 4) possible efficiency of work in this segment in the future?

Типовые оценочные материалы по теме №1-4

Темы письменных работ

Соберите информацию по предложенной теме, сделайте обзор.

1. Анализ внутренней и внешней среды для оценки стратегического положения организации (SWOT-анализ на примере предприятия).
2. Виды и особенности стратегий диверсификации, их роль в решении задач реструктуризации и развития российских предприятий (на примере группы предприятий или отрасли).
3. Виды и особенности стратегических интеграционных соглашений фирм на российском рынке (на примере группы предприятий или отрасли).
4. Виды стратегий поведения организаций на рынке (на примере предприятия).
5. Влияние интернационализации и глобализации рынков и отраслей на стратегическое управление организацией (на примере группы предприятий или отрасли).
6. Влияние организационной культуры на процесс стратегического управления организацией (на примере предприятия).
7. Внедрение и внедрение стратегического контроллинга в организации (на примере предприятия).
8. Инновационная стратегия предприятия: альтернативные сценарии внедрения инноваций и их обоснование.
9. Информационное обеспечение стратегического управления организацией (на примере предприятия).
10. Информационная поддержка стратегического управления предприятием.
11. Использование бюджетирования в стратегическом управлении организацией (на примере предприятия).
12. Использование консалтинга в стратегическом управлении организацией (на примере предприятия).
13. Использование наступательной и оборонительной стратегии в деятельности организации (на примере предприятия).
14. Применение ресурсного анализа в стратегическом управлении организацией (на примере предприятия).
15. Использование стратегического менеджмента в антикризисном регулировании деятельности организации (на примере предприятия).
16. Применение стратегического менеджмента в российских и зарубежных компаниях: сравнительный анализ.
17. Использование сценарного планирования в деятельности организации (на примере предприятия).
18. Коммуникации в системе стратегического управления организацией (на примере предприятия).
19. Конкурентоспособность организации в системе стратегического управления (на примере предприятия).
21. Мероприятия по формированию системы методов стратегического управления предприятием (на примере предприятия).
22. Методы стимулирования сбыта в стратегическом управлении организацией (на примере предприятия).
23. Методы анализа внешней среды и их значение в определении стратегии развития организации (на примере предприятия).

1. Analysis of the internal and external environment to assess the strategic situation of the organization (SWOT analysis on the example of an enterprise).

2. Types and features of diversification strategies, their role in solving the problems of restructuring and development of Russian enterprises (on the example of a group of enterprises or an industry).
3. Types and features of strategic integration agreements of firms in the Russian market (on the example of a group of enterprises or an industry).
4. Types of strategies for the behavior of organizations in the market (on the example of an enterprise).
5. The impact of internationalization and globalization of markets and industries on the strategic management of an organization (on the example of a group of enterprises or an industry).
6. Influence of organizational culture on the process of strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
7. Introduction and implementation of strategic controlling in the organization (on the example of an enterprise).
8. Innovation strategy of the enterprise: alternative scenarios of innovation and their justification.
9. Information support for the strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
10. Information support of the strategic management of the enterprise.
11. The use of budgeting in the strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
12. The use of consulting in the strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
13. The use of offensive and defensive strategies in the activities of the organization (on the example of an enterprise).
14. The use of resource analysis in the strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
15. The use of strategic management in anti-crisis regulation of the organization's activities (on the example of an enterprise).
16. The use of strategic management in Russian and foreign companies: a comparative analysis.
17. The use of scenario planning in the activities of the organization (on the example of an enterprise).
18. Communications in the system of strategic management of an organization (on the example of an enterprise).
19. Competitiveness of the organization in the system of strategic management (on the example of an enterprise).
21. Measures to form a system of methods of strategic management of an enterprise (on the example of an enterprise).
22. Methods of sales promotion in the strategic management of the organization (on the example of an enterprise).
23. Methods of analysis of the environment and their importance in determining the development strategy of the organization (on the example of an enterprise).

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в рамках сдачи зачета с оценкой предусматривается устный ответ студентом на полученный вопрос.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-1.2 Способен разрабатывать стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.	Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.	Критически оценена надежность источников информации. Работа проведена с противоречивой информацией из разных источников. Верно определены пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и спроектированы процессы по их устранению.
ПКс-5.3 Способен формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода.	Формирует план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода.	Сформированы навыки владения культурой стратегического мышления, способностью к восприятию, обобщению и стратегическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; приемами разработки различных типов стратегий. Обучающийся владеет навыками: оценки эффективности управленческих решений по выбору концепции, разработки и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Основы становления стратегического анализа как науки.
2. Этапы развития стратегического анализа на предприятии.
3. Существующие подходы к стратегическому анализу.
4. Краткое описание методов стратегического анализа.
5. Деловой и событийный туризм в городе как объекты стратегического анализ.
6. Особенности стратегического анализа в деловом и событийном туризме (условия категоризации).
7. Методика анализа технико-экономических показателей в стратегическом анализе
8. Стратегическое направление бизнеса: определение, основы выбора и развития
9. PEST-анализ (объект исследования в сфере делового и событийного туризма)
10. Анализ внутренней среды предприятия как инструмент его позиционирования на отраслевом рынке города.

11. Разработка миссии, целей и анализ стратегических направлений деятельности предприятия.
12. Метод стратегической диагностики конкурентоспособности предприятия.
13. Опрос потребителей как инструмент мониторинга микросреды и формирования стратегической базы данных
14. Метод построения карты конкурентного рынка как инструмент стратегического анализа (объект исследования в туристическом бизнесе)
15. Матрица факторной оценки как метод стратегического анализа (объект исследования в сфере туризма)
16. Матрица BCG как инструмент позиционирования услуг туристического предприятия на отраслевом рынке
17. Метод SWOT-анализа как инструмент формирования стратегических решений развития предприятия.
18. SWOT-анализ как оценка ситуации на рынке для выявления возможностей и способов выбора стратегии.
19. Оценка разработанной стратегии
20. Понятие стратегии и ее место в стратегическом анализе.
21. Ключевые характеристики эффективной стратегии.
22. Факторный анализ в структуре стратегического анализа в туризме.

1. Fundamentals of the formation of strategic analysis as a science.
2. Stages of development of strategic analysis in the enterprise.
3. Existing approaches to strategic analysis.
4. Brief description of the methods of strategic analysis.
5. Business and event tourism in the city as objects of strategic analysis.
6. Features of strategic analysis in business and event tourism (categorization conditions).
7. Methodology for the analysis of technical and economic indicators in strategic analysis
8. Strategic business area: definition, basics of choice and development
9. PEST-analysis (object of research in business and event tourism)
10. Analysis of the internal environment of the enterprise as a tool for its positioning in the industry market of the city
11. Development of the mission, goals and analysis of the strategic areas of the enterprise's business
12. Method of strategic diagnosis of enterprise competitiveness
13. Questioning of consumers as a tool for monitoring the microenvironment and forming a strategic database
14. The method of building a competitive market map as a tool for strategic analysis (object of study in the tourism business)
15. Factor assessment matrix as a method of strategic analysis (object of research in tourism)
16. BCG matrix as a tool for positioning the services of a tourism enterprise in the industry market
17. SWOT-analysis method as a tool for forming strategic decisions for the development of an enterprise

18. SWOT analysis as an assessment of the market situation to identify opportunities and ways to choose a strategy.
19. Evaluation of the developed strategy
20. The concept of strategy and its place in strategic analysis
21. Key characteristics of an effective strategy.
22. Factor analysis in the structure of strategic analysis in tourism.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Зачет с оценкой

На «отлично» оценивается ответ, демонстрирующий глубокое знание всего программного материала по дисциплине, свободное владение понятийным аппаратом и терминологией дисциплины, знание основной и знакомство с дополнительной литературой.

На «хорошо» оценивается ответ, демонстрирующий знание ключевых проблем программы и основного содержания лекционного курса, умение пользоваться понятийным аппаратом, знание основных работ из списка рекомендованной литературы.

На «удовлетворительно» оценивается ответ, демонстрирующий лишь фрагментарные знания основных разделов программы и содержания лекционного курса, затруднения с использованием понятийного аппарата и терминологии дисциплины, частичное знакомство с рекомендованной литературой.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при отсутствии либо отрывочном представлении учебно-программного материала, отсутствии знания основных работ из списка рекомендованной литературы.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи. Широко используются новейшие информационные технологии в работе и докладе.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Зачет с оценкой проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком.

Продолжительность зачета с оценкой для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет с оценкой не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Зачет с оценкой проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на зачет с оценкой обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета с оценкой обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

В случае проведения зачета, преподавателю предоставляется право задавать магистрантам дополнительные вопросы в рамках рабочей учебной программы дисциплины в объеме, не превышающем объема билета. При сдаче зачета, магистрант, испытывающий затруднения при подготовке к ответу по вопросу, имеет право получить у преподавателя второй вопрос с соответствующим продлением времени на подготовку. При этом окончательная оценка снижается на один балл. Выбор третьего вопроса не допускается.

Оценка за зачет проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках магистрантов, при этом оценки «незачет» в зачетную книжку магистрантов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Стратегический анализ деятельности предприятия делового и событийного туризма / Strategic analysis of the activities of a business and event tourism enterprise» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
 - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с аутентичными текстами и лексико-грамматическим материалом, методологии изучения предметной специфики курса

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы магистрантов над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый магистрант обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделах 6 и 7 данной РПД.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме.- М.: Новое издание. 2012. 4. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе.- М.: КНОРУС. 2012 г.
2. Луховская О.К., Стратегический анализ в гостиничном сервисе: маркетингово-экономический подход к оценке деловых ситуаций: практикум./ О.К.Луховская, М.М. Смирнова, Н.В. Фомина: РЭУ им. Г.В. Плеханова, Иван. Филиал. – Иваново: Научная мысль, 2013. 200 с.
3. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма учеб. пособие / С.С. Скобкин. М.: Магистр, 2010. - 432 с.
4. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент туризма: Учебник. М.. Финансы и статистика. 2011.

Задания для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов

Индивидуальные задания

Индивидуальное задание предполагает подготовку и презентацию доклада на тему:

1. К чему приводит развитие туризма: сохранению или уничтожению объектов всемирного наследия?
2. Должен ли туризм в России стать локомотивом национальной экономики?
3. Нужен ли Российской Федерации закон о социальном туризме?
4. Дискуссия о целесообразности создания профильного министерства туризма в РФ.
5. Являются ли паломничество и культурно-религиозный туризм двумя ветвями одного целого?
6. Исследование потребительских предпочтений туристов относительно организации и проведение экскурсий по центральным регионам России.
7. Специфика услуг индустрии туризма и гостеприимства.
8. Особенности организации внутрироссийских и международных автобусных туров.
9. Формы взаимодействия туристических фирм и авиакомпаний.
10. Специальные туристско-экскурсионные поезда и опыт их использования.
11. Круизный бизнес на мировом и российском туристическом рынках.
12. Средства размещения и интеграционные процессы в индустрии гостеприимства.
13. Системы классификации предприятий размещения туристов.
14. Ресторанный бизнес в сфере туризма. Классификация и виды предприятий общественного питания в туристическом бизнесе.

1. What does the development of tourism lead to: preservation or destruction of World Heritage sites?
2. Should tourism in Russia become a locomotive branch of the national economy?
3. Does the Russian Federation need a law on social tourism?
4. Discussion about the expediency of creating a profile ministry of tourism in the Russian Federation.
5. Are pilgrimage and cultural-religious tourism two branches of one whole?
6. Study of consumer preferences of tourists regarding the organization and conducting excursions in the central regions of Russia.
7. The specifics of the services of the tourism and hospitality industry.
8. Features of the organization of domestic and international bus tours.

9. Forms of interaction between tourist firms and airlines.
10. Special tourist-excursion trains and experience of their use.
11. Cruise business in the world and Russian tourist markets.
12. Accommodation facilities and integration processes in the hospitality industry.
13. Classification systems for tourist accommodation establishments.
14. Restaurant business in the tourism industry. Classification and types of catering establishments in the tourism business.

Методические рекомендации по подготовке к опросу

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме.

Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;
- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;
- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

Рекомендации по подготовке к тестированию

Тестирование является формами контроля успеваемости обучающихся, оценки уровня овладения теоретическими знаниями и навыками применения этих знаний при решении практических задач. Подготовка к тестированию предполагает:

- ознакомление с материалами лекций;
- изучение учебной литературы, справочных и научных источников;
- уточнение терминов, основных понятий и категорий;
- самостоятельный подбор информации, необходимой для аргументации авторской позиции.

Все вопросы и задания тестов ориентированы на систематизацию знаний обучающихся, развитие способностей к самостоятельной аналитической деятельности.

Результаты контрольных работ и тестов признаются положительными, если 75% ответов являются правильными.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Казакова, Наталия Александровна. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс] : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2019. - 469 с. - (Серия "Магистр") . - Загл. с экрана. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444534>
2. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453851>
3. Теория и методология разработки стратегии развития предприятия [Электронный ресурс]: научная монография/ И.В. Булава [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва, Саратов: Международная академия оценки и консалтинга, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 278 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82185.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452072>

2. Валеева Е.О. Развитие индустрии туризма в регионе [Электронный ресурс]/ Валеева Е.О.— Электрон. текстовые данные.— Санкт-Петербург: Астерион, 2008.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31937.html>
3. Косова Л.Н. Методы стратегического анализа хозяйственной деятельности организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Косова Л.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российский государственный университет правосудия, 2018.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78307.html>
4. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме [Электронный ресурс]: монография/ Морозова Н.С.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российский новый университет, 2011.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21283.html>
5. Ополченова Е.В. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ополченова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51871.html>
6. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.Ю. Кузнецова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 132 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68473.html>

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации. 12 декабря 1993 г.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: 30 ноября 1994 года № 51–ФЗ. (последняя редакция)
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: 26 января 1996 года №14–ФЗ. (последняя редакция)
4. Уголовный кодекс.
5. Налоговый кодекс.
6. Федеральный Закон «О внесении изменений в Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №12 от 30.12.2008 года.
7. ФЗ от 24.11.1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
8. ФЗ от 08.08.2001г. №128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»
9. ФЗ от 15.08.1996г. №114-ФЗ. «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»
10. ФЗ от 07.02.1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей»
11. ФЗ от 08.08.2001 №129-ФЗ. «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»
12. Федеральный Закон «О внесении изменений в Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №12 от 30.12.2008 года.
13. Постановление Правительства РФ от 10.10.2002г. №753. «О лицензировании деятельности по продаже прав на клубный отдых»

14. Приказ Минэкономразвития России от 21 июня 2003г. № 197 «Об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения»
15. Инструкция о порядке оформления и выдачи паспортов гражданам РФ для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию
16. Правила перемещения в упрощенном или льготном порядке товаров физическими лицами через таможенную границу РФ.

7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии,
2. <http://www.unwto.org/index.php> - Всемирная туристская организация UNWTO.
3. <http://www.russiatourism.ru/> - Сайт Федерального агентства по туризму Минкультуры России.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование

1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle

Информационные справочные системы:

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>